

市長記者会見記録

日時：2016年7月15日（金）午後2時00分～2時43分

場所：第3庁舎18階 講堂

議題：「ブランドメッセージについて」について（総務企画局）

<内容>

《「ブランドメッセージについて」について》

司会： 本日はお忙しい中、直前のご案内にもかかわらず、また悪天候の中、臨時の市長会見にお集まりをいただきまして、まことにありがとうございます。

本日の議題は、「ブランドメッセージについて」となっております。

かねてより準備を進めてまいりました川崎市の新しい「ブランドメッセージ」について、本日は7名の市民の皆様をお招きして、福田市長からお披露目させていただきたいと思っております。よろしく願いをいたします。

それでは、市長の登壇に先立ちまして、ブランドメッセージについての、この間の「経緯」と「目的」について、総務企画局プロモーション推進室、山根ブランド戦略担当課長よりご説明を申し上げます。よろしく申し上げます。

担当課長： こんにちは。ブランド戦略担当の山根でございます。

初めに私のほうから、ブランドメッセージ策定の経緯についてご説明をさせていただきたいと思っております。お手元の資料1をご確認ください。

初めに1の(1)、ブランドメッセージ策定の目的でございます。ブランドメッセージは、本市の多彩な魅力を一言で表現し、都市の将来像を示すものとして策定するものでございます。今回決定したこのブランドメッセージを活用し、今後は市内外に対して、川崎の魅力と将来の方向性を発信してまいります。

次に、(2) 策定の経過についてでございます。本市では、平成27年3月に川崎市シティプロモーション戦略プランを策定し、ブランドメッセージの設定及び活用を主要な取り組みの1つとして掲げており、当該プランの策定に当たりましては、資料にございますとおり、川崎の魅力についてさまざまなご意見をいただいたところでございます。また、平成27年10月から11月には、市民3,000人を対象として、「市制100周年を迎える平成36年に、川崎はどんなまちになってほしいか」といったアンケートを実施し、ブランドメッセージ策定の基礎資料といたしたところでございます。

こうしていただいたご意見をもとに策定した4つの案を本年3月から4月にかけて市民の皆様にお示しし、約3,000人からご意見をいただき、その後、有識者の皆様及び市議会の皆様からご意見をいただき後、決定したものでございます。

それでは、これより決定しましたブランドメッセージにつきまして、福田市長からお話をさせていただきます。

登壇に先立ちまして、まずブランドメッセージのPR動画を準備してございますので、ごらんいただきたいと思います。これから照明を若干落とさせていただきます。

(映像上映)

司会： それでは、福田市長と市民の皆様が入場されます。

市民の皆様、どうぞご着席ください。

それでは、福田市長、お願いいたします。

市長： お忙しい中、お集まりをいただきまして、まことにありがとうございます。

それでは、このたび決定をいたしましたブランドメッセージについてご説明をさせていただきます。

「Colors, Future! いろいろって、未来。」、「多様性は、あたたかさ。多様性は、可能性。川崎は、一色ではありません。あかるく。あざやかに。重なり合う。明日は、何色の川崎と出会おう。次の100年に向けて。あたらしい川崎を生み出していこう。」とメッセージを表示し、「3色の川のマーク」と「川崎市」、これを一体として本市の魅力と将来の方向性を発信してまいります。

川崎市は、将来性のある産業の振興、市民や多くの企業・団体との協働によるさまざまな取り組みや文化・芸術、スポーツのまちづくりなど多彩な魅力を持つ都市であります。

これからの10年は、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催や、2024年の川崎市制100周年を控え、都市としての魅力を高める好機であり、シティプロモーションは今後ますます重要になってまいります。

そこで、それぞれの取り組みや地域の特色を生かしながら、川崎の伝えたいことを明確にするため、ブランドメッセージを用いた統一感のある情報発信を行うことを目的として、ブランドメッセージを新たに策定することにいたしました。

今回、あわせて誕生したロゴマークは、「川」の赤、緑、青の色の三原色をあらわして、その三原色が混じり合うことで何色もあらわせる。川崎の多彩な魅力と未来の可能性を表現しております。

本日は、こうして多様性のあるまち、川崎を形づくる市民の代表という意味で、さ

さまざまな分野でご活躍をいただいている皆様にお集まりをいただきました。川崎のものづくりを支える方、米寿を超えてお仕事に携わっている方、障がいをお持ちの方、子育て中のお母さんとお子様、外国籍の方、未来を担っていく高校生の7名の皆さんです。もちろんここにいらっしゃる方たちだけでなく、イクメンパパも、お仕事するママも、LGBTの皆さん、その他さまざまな思いのある全ての市民がそれぞれに輝き活躍できる最幸のまちかわさきの未来を、このブランドメッセージに託しました。

本日は、未来の川崎を一緒につくり上げていく市民の代表として7名の皆さんが考える未来の川崎の色をお持ち寄りいただきました。

それでは、1人ずつ教えていただきたいというふうに思います。

市民参加者： 宮前区に住んでいる桐光学園1年生の渡部拓海です。

僕は、この3色を選びました。青は川崎フロンターレや市バスがこの青なので、川崎のイメージカラーは青だろうと思って選びました。緑は、僕の家近くに生田緑地があるので、その緑を取り入れたいなと思って、緑を選びました。赤なんですけど、僕は将来、理系で、車の開発につきたいと思っているんですが、その将来の夢を決めるきっかけになったのが宙と緑の科学館にあるプラネタリウムを見たことです。そのプラネタリウムが赤色なので、これから将来のために何かきっかけになるいいものではないかなと思って、赤を選びました。(拍手)

市長： ありがとうございます。

市民参加者： 皆さん、こんにちは。ケニア出身で中原区在住のケゼンガア・エドワード・ムウィンビと申します。川崎市外国人市民代表者会議の委員で、今期2期目で、副委員長を務めております。

私も川崎市をあらわす色として3つの色を選びました。まずは青なんですけども、青は、川崎市の水の資源のシンボルとしてもなっている多摩川ということで、青を選びました。緑なんですけれども、今既に川崎市では生田緑地のような緑があふれているところがあるんですけれども、これからももっともっとうこういう緑があふれているところを増やしてほしいという思いで、緑を選びました。あとは白なんですけども、白はこれからの川崎に対する思いで選んだ色で、将来、未来に対しては、川崎市でいろいろな出身の人や、例えば宗教の人が仲良く平和に住めるような思いを込めて、この白という色も選びました。(拍手)

市民参加者： 皆様、こんにちは。中原区在住の佐藤由紀と申します。娘の朱莉です。私は、中原区の新丸子にてインテリアの雑貨店を営んでおります。

私が選んだ3色は、こちらのグリーンのグラデーションの3色です。こちらの色は、

川崎折り紙といいまして、川崎の資源を20色であらわしたおりがみを市民団体の活動でつくり上げたのですけれども、この活動の中の1つで、色輪っかつなぎというのが、川崎の折り紙を使って色輪っかをつないでいくという活動に私と娘も参加しております。その20色の中から特に好きな3色を選んでみました。1色の一番薄いのがタケノコの若緑で、真ん中の黄緑が多摩川の若鮎色、グリーンがのらぼう菜の緑という3色、名前がついております。特にのらぼう菜に関しては、川崎の代表的な野菜でありまして、のらぼう菜保存会会長の高橋さんの事業についていたりとか、のらぼう菜をきっかけにいろんな活動が広がっていますので、この3色を選びました。

以上です。(拍手)

市民参加者： 麻生区に住んでおります阿久津彩花と申します。

私が選んだ色は、緑、青、オレンジの3色です。まず緑ですが、私は家が山のほうにあるのですが、身近に緑を感じてリフレッシュできることは川崎市民にとってとても幸せなことだなと思い、緑を選ばせていただきました。続いて青ですが、これを選んだ理由は、私がこのまちで挑戦しているパラ水泳の水の色をイメージしてみました。1人でも多くの市民の方にパラ競技を知っていただくきっかけとなったらいいなと思い、選びました。最後にオレンジですが、川崎にかかわる全ての人たちが生き生きと輝いていけるように、太陽や炎の色であるオレンジを選ばせていただきました。

以上です。(拍手)

市民参加者： 皆さん、こんにちは。私は、川崎在住の竹島です。今年89歳になりました。

私が考えた色は、水色です。未来の川崎の色、澄み渡る空の色が好きだからです。昔は違う色の空でしたが、今では数えきれない空になりました。未来もずっと澄み渡る空でほしいと希望しております。(拍手)

市長： 竹島さん、パネル、見せていただいていいですか。はい。

市民参加者： 皆さん、こんにちは。私、高津区で製造業の会社を営んでおります三田村と申します。よろしく願いいたします。

私、イメージしましたのは、こちらの明るい色のブルー、それからシルバー、それからこちらの濃い、濃紺の、紺でございます。

まず、製造業に携わっておりますので、もともと製造業はブルーカラーと言われておりますが、若い方、輝かしい未来に向けてこれから活躍するぞという気概を持って、さわやかな青。それから、こちらのシルバーは、製造業ということで、機械、金属、鉄、そんなイメージでシルバーをイメージしております。それから、こちらの紺は、

うちはまだまだ経験がない中も、ベテランの方にいろいろ指導していただき、努力をし、色をつけて、どんどん濃紺になって、ベテランの技術者として活躍していただきたいというイメージを持って、この色を選ばせていただきました。よろしくお願いたします。(拍手)

市長： 皆さん、ありがとうございます。それぞれにそれぞれの色があって、おそらく148万人それぞれの色があるんだというふうに思います。

それでは、最後になりますけども、ブランドメッセージの今後の活用方法などについてお話をさせていただきたいと思います。

ブランドメッセージは、本市から発信するさまざまな媒体への掲出や、市が関連する各種イベントとの連携だけでなく、市民、企業や団体等、川崎にかかわる皆様に広くご活用いただきたいと考えております。

川崎市をあらわすためにオフィシャルに使用する場合は、光の3原色であります赤、緑、青のロゴを使用することを原則といたしますが、右手にあるあちらのポスターにも示しているとおり、このブランドメッセージは川崎市の多様性を色で表現しています。

今回、市民の皆様が表現されたように、ロゴの色を変えることでそれぞれの思いを伝えるコミュニティツールにもなりますので、幅広く活用いただけるように展開していければというふうに考えております。

さらに、ブランドメッセージ策定の趣旨にかなう、まちを好きになる、まちをもっと良くする活動をされている団体とのコラボレーションなどを進めていければと思っております。

また、新たな開発やリニューアルする商品はもちろん、これまで市民の皆様にあ愛されてきた商品とのタイアップなど、川崎を元気にするきっかけとなるような機会であれば、ぜひご相談いただければというふうに思っております。もちろん、こちらからも広報やイベントを通じて広くお伝えするほか、直接、企業や団体の皆様にお伝えする機会をいただいて、ブランドメッセージを広めてまいります。川崎市は市制100周年、さらにその先の未来に向けてブランドメッセージを通じて皆さんと新しい川崎をつくり上げてまいります。

ご説明は以上でございます。皆様、どうぞ新しいブランドメッセージ「Colors, Future! いろいろって未来。」のご理解とご紹介にお力添えをいただけるようお願い申し上げます。説明とさせていただきたいと思っております。ありがとうございます。(拍手)

司会： 市長、市民の皆様、ありがとうございました。

それでは、続きましてフォトセッション、写真撮影に移りますが、準備のお時間を頂戴しますので、しばらくお待ちくださるようお願いいたします。

お待たせいたしました。フォトセッションをよろしくをお願いいたします。

(写真撮影)

司会： よろしいでしょうか。ありがとうございました。

それでは、続きまして質疑応答に入りますが、準備のお時間を改めて頂戴いたします。しばらくお待ちくださるようお願いいたします。

大変お待たせをいたしました。それでは、質疑応答に入らせていただきます。

なお、本日の質疑につきましては、ブランドメッセージに関することのみとさせていただきます。

それでは、進行につきましては幹事社様、よろしくお願いをいたします。

幹事社： 当番幹事社です。よろしくお願いいたします。

まずは、おめでとうございます。幹事社から何点かお伺いします。

先ほど市長のご説明にもあったように、今回のロゴとブランドメッセージは多様性ということを非常に尊重されていると思うんですけども、川崎はずっと多様性を尊重してきた都市だったと思います。市長ご案内のように、外国籍の職員の採用であるとか、あるいは指紋押捺問題だとかで、一貫して川崎は多様性、多文化共生ということを主張してまいりました。今、なぜこの場で改めてそのことを打ち出そうとしているのか。あるいはこのブランドメッセージやロゴをつくったことによって、それに連関するような政策をこれから何かとっていかうとなさっているのか、まずそれが1点です。

それから2点目、これは市議会等でも大分話題になりましたが、古いロゴマークに対する、市民、それから市議会の方々の愛着もあります。この古いロゴマークのほうの扱いを今後どうしていかれるのかということが2点目。

それからあと3点目、費用の問題ですが、一連のロゴとシンボルマーク策定に当たって幾らかかったのか、それから、先ほど市長もおっしゃったように、これを広報、普及啓発していくというお話をされていたんですが、少なくとも今年度、そのために幾らぐらいの予算を念頭に置かれているのか、この3点についてお聞かせください。

市長： まず1つ目の質問は、先ほどの説明とかぶる部分はあるかもしれませんが、これからの10年というのは、非常に大きな、川崎のさらなる飛躍につなげるいいチャンスだというふうな機会がたくさんあります。それはご案内のとおり、202

0年の東京オリンピック・パラリンピック、それから2024年の市制100周年と
いうことがこの10年間で起きてきます。その中で、これまで培ってきた川崎の
歴史というものをさらに自分たちの魅力、そして価値として、市民の皆さんと力強く
その価値を認識して、そして対外的にも発信していくと、そういったシビックプライ
ドにつなげていければというふうに思っております。

それから、今まで使用しているロゴマークについてはどうするかということであり
ますけども、これも順次切りかえをしていきますが、前回の質問にもお答えしてい
ると思いますが、例えばマンホールだとか、大型施設についている看板類、こうい
ったものは耐用年数などを考慮してそのまま使うというふうな形で、併存する期
間が施設によって、あるいは形態によって出てくるというふうなことになると思
います。簡単などころの、ステッカーで張りかえるとか、そういうものについては
順次入れかえていきたいなというふうに思っております。

それから、予算的なものは、予算ベースでいきますと、広報関連物作成等で2,100
万円を予算として計上しておりますけども、現在1,700万円ほどのものが契約済
みというふうになっております。

以上です。

幹事社： 今のことで3点目、念のための確認なんですけども、今後の広報などの予
算として2,100万円ということですか。

市長： それも含まれて、2,100万円です。今年度の予算はとってあるということ
であります。

幹事社： このロゴ策定にかかった費用というのは幾らなんですか。

市長： いわゆるロゴというか、ブランドメッセージ関連の。

幹事社： そうですね、ブランドの部分で。はい。

市長： これ、全部が、いわゆるまとまった形で出てるんですね。ごめんなさい、事
務方からでもよろしいでしょうか。

幹事社： どうぞ。

担当課長： すみません、担当課長の山根でございます。

作成自体については、昨年度の契約から引き続いて今年度もということになって
ございますので、昨年度は約900万、今年度についても、先ほどの金額のうちの中
で策定しているということになるので、ロゴ策定のみにかかる金額というのが、
単独で今お答えできる状態ではないんですが。

幹事社： わかりました。そうすると、昨年度にはロゴ策定のためにおよそ900万

円、今年度は広報などのために2,100万円。

担当課長： 含めてということになります。

幹事社： 合わせると大体3,000万円ぐらいということですかね。

担当課長： 昨年度から引き続いてということになると、そういう金額になってまいります。

幹事社： わかりました。

各社さん、どうぞ。

幹事社： 幹事社です。

オフィシャルカラーが赤、黄色、青。

市長： 赤、緑、青ですね。

幹事社： 赤、緑、青。オフィシャル以外の組み合わせというのは、好きな組み合わせを自由に使っていいという理解でよろしいのでしょうか。

市長： はい、結構です。

幹事社： わかりました。

それと、赤、緑、青の並び順に意味というのは特にございますでしょうか。

市長： 特にそれはなかった……、ごめんなさい、ちょっとよろしいですか。特にないと聞いております。

幹事社： わかりました。ありがとうございました。

各社、どうぞ。

記者： よろしいですか。

市長： はい、どうぞ。

記者： 「いろいろって、未来。」って日本語として何か、あまり通じない感じがするんですけど、「Colors, Future!」はきちんと英語として意味があるんですか。

市長： 「いろいろって、未来。」というふうな、どう表現するかというのはあると思いますが、「Colors」、いろんな色というのが未来につながるというふうなことを表現しています。

記者： 「いろいろって」の中に何が込め、「いろいろって」いうのは、「いろいろって、未来。」って、何か日本語っぽくない気がするんですけど、これは、その「Colors, Future!」を直訳して、「いろいろって、未来。」なんですか。

市長： 直訳にはならないと思いますね。「いろいろって」いうのは、「Colors」が「いろいろって」いうかということ、直訳にはならないので、それをうまく表現する

というと、「いろいろ」ということになると思います。多様性というものを色でもって表現する、その多様性というものをどう表現するかというと「いろいろ」ということだと思います。

記者： あと、こちらにいらっしゃる方の質問でもいいですか。

市長： どうぞ。

記者： じゃ、阿久津さんをお願いしたいんですけど、阿久津さんはパラアスリートというか、パラリンピックはもう決まっているんですか。

市民参加者： まだ決まってません。

記者： 目指していらっしゃるんですね。

市民参加者： はい。

記者： 川崎って、パラムーブメントというのも推進しているというのはご存じですか。

市民参加者： はい。

記者： パラアスリート、パラリンピックは目指す、目指さないにかかわらず、障がい者スポーツを取り巻く川崎市内の環境って充実しているとお感じですか。

市民参加者： なかなか難しいところだと思うんですけど、もっとパラスポーツのイベントなどを行ったりして、もっと知ってもらえる環境というのをつくっていただけたらいいなと私は思います。

記者： ありがとうございます。

今の答えと関連するものではないんですけども、初めのお話の中で、川崎市内で活動する団体と、商品とタイアップしたり、新しい川崎をつくるための取り組みをしていきたいとおっしゃっていたんですが、こういうのを発信します、具体的にこれをやりますというようなことというのは、既に決まっているんでしょうか。

市長： 具体的にこれというふうなものは、まだ決まっていないと思います。今、阿久津さんも利用していただいているんじゃないかと思いますが、川崎市内の、この前会見をやりましたけども、この前って去年ですか、民間のスポーツジムのプールを開放していただいて、こういった民間の企業のご協力をいただいてパラスポーツなんかも普及させていただいております。こういった活動を、まさにこの「C o l o r s , F u t u r e !」の取り組みというのを民間団体なども、こういった活動をやっているんだよという、そのシンボルに使っていただければなというふうに思っています。

記者： ちなみに、その民間スポーツクラブの障がい者の方が利用できる時間帯が非常に狭いですよね。そこをどのぐらい活用されているかというのは、調べていられ

やいますか。

市長： 調べています。

記者： 利用されていますか。

市長： ちょっとここをどんどん進んでいっちゃっていいの？ というか、ブランドメッセージの質問にしていきたいと思いますが。

記者： わかりました。じゃ、結構です。

記者： すみません、確認だけなんですけど、もう既に皆さん知っていることなのかもしれないですけど、このデザインとメッセージの発案者というんでしょうか、発案チームという、企業かわからないですけど、ここには書かれていないんですけど、誰が考えたという。

市長： これまでプロポーザルの形で、何社かやった中で契約をしている相手方は、株式会社フルハウスというところですよ。

記者： フルハウスさんがメッセージとロゴ、両方合わせて出されていると。

市長： そうですね。そもそもの提案をいただいたということです。

記者： この900万円というのは、ロゴとメッセージの制作にかかった費用としての……。

市長： 昨年度の予算ですね。

記者： 出したということでもいいんですか。それをフルハウスさんに払ったと。

担当課長： 昨年度は、通常のプロモーションの関係の事業とブランドメッセージの作成委託、合わせた形で1,800万の契約をしております、そのうちの約半分、900万がブランドメッセージ作成にかかった経費ということでご理解いただければと思います。そういった意味で、900万ということでお話させていただきました。

記者： フルハウスさんとは1,800万で契約しているということですか。

担当課長： はい。通常のプロモーションも合わせて1,800万。

記者： 契約というのは、本年度にも施行するというか、そういうことですか。

担当課長： 27年度中の契約が1,800万、通常のプロモーションとブランドメッセージの策定を合わせて1,800万の契約を27年度中にしております。今年度は、予算として2,100万程度、今後の広報物作成等も合わせて予算化しているということでございます。

記者： 委託費みたいなものですか。

担当課長： そうです、委託契約です。

記者： これもフルハウスさんですか。

担当課長： はい。

記者： どちらの会社になるんですか。都内ですか。

担当課長： 都内です。

記者： 片仮名でフルハウスと？

担当課長： 片仮名でフルハウスです。株式会社フルハウス。

記者： すみません。ちょっと考え方を教えてほしいんですけど、基本はオフィシャルの赤、緑、青ですよ、この配列。先ほど、市民の皆様にもいろいろな色があるんですが、オフィシャルの配色は、当面は行政とか市が発信するイベントとか、あるいは後ろに民間企業、団体との連携と書いてあるんですけども、どのあたりまでがオフィシャルのものを使って、それ以外の配色は自由だというお話があるんですけど、その辺のすみ分けというのは、どういう基本的な考え方なんでしょうか。

市長： 基本的に、川崎市のブランドメッセージというものは、ここに掲げている一連のもの、これが一体としてブランドメッセージという形になります。これが、この配色も含めてオフィシャルという考え方です。それで市主催のものだとか、あるいは市に関連するものというのは、オフィシャルなものを基本的に使うという考え方です。個人利用の場合は原則自由という形になっておりますので、その配色はどうぞ、ご自由にと。団体が利用する場合は、届出という形になっております。このオフィシャルを使うにしてもですね。配色については、ご相談ということになっております。

記者： 団体でも、そうしますと、配色を変えて使うことはできるということなんですか。

市長： はい、ということです。一方、商品だとかビジネスに関することというのは、協議が必要になってまいります。

記者： 例えば民間で、会社で何かをつくる時に、そこに入れるときということですか。

市長： そうですね。

記者： それは何らかの対価がかかることになるんですか。それとも認可とか、それだけのことなんでしょうか。どういう考え方になるんでしょうか。

市長： これは商標の問題というふうに理解しています。よろしいですか。

担当課長： 商業利用等をされるということになりますと、第三者との権利関係とかが発生してまいりますので、商標登録をさせていただく形で今予定して、手続き中です。ですので、商業利用の場合は一応ご申請いただいて、川崎市のほうでご相談させていただいてからご使用いただくという段取りを考えてございます。

記者： それは基本的に無償になるんですか。

担当課長： 基本的には、無償の、今のところ予定です。

記者： ありがとうございます。

記者： よろしいですか。

市長： どうぞ。

記者： すみません、どなたに伺ったらなんですが、今日いらっしゃっている7名の方というのは、どのように選ばれたんですか。応募なのか、それとも市からお願いしたのかというあたりを。

担当課長： 市のほうでいろいろな事業であるとか、イベントであるとか、また団体さんとのおつき合いの中で、ご関係のある方にお声がけをさせていただいているというところがございます。年代であるとか、国籍であるとか、お仕事であるとか、いろいろな状況を勘案させていただいてお声がけさせていただいたという状況でございます。

記者： それでブランドメッセージをそれぞれ考えていただいたということですか。

担当課長： この発表にご理解いただいた方、そしてお時間が可能だというお答えをいただいた方に、それぞれの色を考えていただいたという状況でございます。

記者： ありがとうございます。

市長： はい、どうぞ。

記者： ロゴを決めるに当たって、類似のこのようなマークがないかどうかという確認はされましたでしょうかというのが1点と、色をかなり使われる方の裁量で変えられるということで、逆に、今回のロゴのイメージが市民の間でつかみづらくなるとか、その辺の懸念というのは持たれてないでしょうか。

市長： ありがとうございます。まず、商標の登録についてでありますけども、商標というか、類似のものがいないかということだったと思いますが、まず委託事業者のほうで調査を実施した後、改めて弁理士に依頼して調査を実施したところ、類似商標というのはないというふうに確認をさせていただいております。

それと、懸念でしたっけ。

記者： そうですね。色がいろいろ変えられることによって、かえってそのイメージがぼやけてしまうというような、その辺の懸念はないんでしょうか。

市長： そうですね。オフィシャルの形というのは、こうだよというのははっきり言ってきますけども、むしろ右側に飾ってあるポスターのように、それぞれの色を楽しんでいただく、自分たちの色というのを自分たちで、この川崎の、自分色につくって

いくというのも「Colors, Future!」に込められた、一連のブランドメッセージに込められた思いでありますので、そこはむしろ自由に楽しんでいただきたいなど、自分のものにしていただきたいなというふうに思っています。

記者： 市がオフィシャルに発信するものに関しては、オフィシャルなものを使うということですか。

市長： はい。

記者： 市議会でどなたかが指摘されていたと思うんですが、この目的のところに「川崎の素晴らしさを明らかにすることにより、市民の川崎への愛着や誇りの醸成につながる」というぐあいであって、ずっと読むと、そのまま読み飛ばしちゃう感じなんですけども、例えば川崎というところを国とかに変えると、国の素晴らしさを明らかにすることにより、国民の国家への愛着や誇りの醸成につながるというぐあいにもなるわけであって、例えば自治体とか国家とか行政機関が、自分たちのすばらしさとか愛着とかを、そこにいる市民とか国民とかに醸成させようというのはおこがましいんじゃないのかという議論が市議会でもあったと思います。こういう愛着とか誇りというのは、こういうものによって生まれるのではなくて、もっと自然的に内面から浮き上がってくるものではないかという意見もあると思うんですが、市長はこの点はいかがお考えですか。

市長： そういうご意見もあるんじゃないかと思います。あるんじゃないかというのは、そういう考え方をする方もいらっしゃるんじゃないかと思います。しかし、これは決して何かを強制している、強要しているものは決してありません。何かこれではなければならない、これを使わなければならないとかというふうな話では一切ありません。むしろ自分たちから沸き上がるというふうな、そういうもののある意味受け皿的な、そういう利活用の仕方だというふうに思っていますし、そういうメッセージだというふうに思います。ですから、ある意味、ブランドメッセージの中に含まれておりますように、一色ではないということです。

記者： なるほど。

記者： すみません。もしわかれば。例えば日立製作所だと「Inspire the Next」とか、そういうたぐいのものだったと思うんですけど、自治体とかで結構多いんですか、最近、つけているのは。

担当課長： 他自治体で、こういった形での活用をしている自治体も幾つかございます。

記者： 神奈川県内は。

担当課長： 県内では、ちょっと今のところでは認識しておりません。

記者： 後で構わないですけど、ほかにこんなところがあるというのを教えてください。

担当課長： わかりました。

司会： 質疑のほう、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

記者： はい。

司会： それでは、以上をもちまして市長会見を終了いたします。本日はありがとうございました。

市長： ありがとうございました。

(以上)

この記録は、重複した言葉づかい、明らかな言い直しや質問項目などを整理したうえで掲載しています。

(お問い合わせ) 川崎市役所総務企画局シティプロモーション推進室報道担当

電話番号：044(200)2355